# 融媒体时代电视新闻节目传播路径与策略研究

孙 超
（湖南广播影视集团有限公司，湖南 长沙 410000）

**摘 要：**近年来，随着人们生活水平的不断提高，对信息的需求呈现出多样化的发展态势。电视台新闻节目同样也受到了各类新媒体的影响，在当前的融媒体时代发展进程中迎来了众多挑战，但另一方面，电视新闻节目迎来的也有创新式发展机遇。基于此，本文从媒介融合和融媒体的实质特点入手，深入探究当前我国电视新闻节目传播中所迎来的挑战和机遇，并对融媒体时代电视新闻节目传播路径与策略进行深入的探究，希望能够对我国当前电视新闻节目发展起到一定的参考和借鉴。

**关键词：**电视新闻节目；融媒体；传播；路径；策略 **中图分类号：**G210 **文献标识码：**A
**文章编号：**1671-0134（2021）07-088-03 **DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.07.025
**本文著录格式：**孙超．融媒体时代电视新闻节目传播路径与策略研究 [J]. 中国传媒科技，2021（07）：88-90.



在融媒体时代飞速发展的背景之下，移动互联网技术充分融入了人民群众的日常生产和生活之中，单纯依靠传统媒体或传统类型的信息获取方式早已难以满足人民群众日益增长的精神文化需求。因此，在融媒体发展时代需要进一步探索媒体融合以及新型的信息传播路径与策略。本文以电视新闻节目为具体研究对象，深入探索了在融媒体时代中电视新闻节目如何应对挑战、抓住机遇，探索融媒体时代的节目传播路径，实现创新式发展。

## 1. 媒介融合概念

早在 1983 年左右，媒介融合的概念被提出来。媒介融合主要指多种类型的信息传播媒体在各自的发展进程中，逐渐呈现出融合性、一体化发展趋势。媒介融合的情况是在当前世界范围内各类科技技术飞速发展的背景之下产生的，科技手段推动各类媒介和媒体产业发展，增强组织活力，探索运用新型的合作形式，实现不同媒介之间的内容、平台终端等多领域的融合式发展。5G 时代已经来临，在当前社会和媒体发展的主要趋势中，媒介融合更加普遍也是大势所趋，不仅要实现各类新闻和信息传播媒介，从组织机构、传播内容、信息资源等多领域实现资源共享，也要在更加清晰明了的结构框架之下实现融媒体时代的转型化发展，以求在现代市场经济飞速发展的时期占据优势竞争地位。

## 2. 融媒体实质特点

### 2.1 对互联网和网络终端的运用

当前互联网信息技术的发展步伐越发加快，各类移动媒体和网络媒体终端功能趋于完善。传统新闻传播媒体大多通过信号进行信息和节目内容的发送与传播，让用户在特定的时间进行节目收看，这样的形式早已不适应融媒体发展的形势，进一步暴露出传统电视新闻节目在传播中的局限性。

随着数字媒体的传播与发展，在越发先进的互联网信息技术的推动和影响之下，用户只需要在手机、电脑等终端，依照自我的需要和主观意愿决定想要观看的节目，甚至能够根据个人喜好进行快进或快退等方面的调整，打破了传统媒体中电视节目播放的局限性。因此，融媒体时代发展背景下，更加强调了对互联网和网络终端的运用，旨在进一步实现传统媒体形式与新媒体形式之间的密切融合，模糊二者之间的界限，通过媒介和终端更大程度上满足用户的需求。只要在网络和终端功能的基础之上，就可以实现各种类型电视节目的传播和推广。可以说，现如今的融媒体发展主要依靠网络和互联网信息技术平台，能够最大程度上满足消费者对新闻传播内容的需求。[1]

### 2.2 内容整合性运用

融媒体发展的时代背景下，技术的进步同样也促进了大数据和网络信息时代的进步，越来越多的媒介类型涌现出来，让人们的精神文化需求实现了较大程度上的满足，但是随之而来的也有多种层面的新型问题。因为融媒体时代中，各类新闻节目的传播内容和传播速度都实现了新的进步和提升，但是数据短缺性的问题也随之出现。[2] 以电视媒体为例，在其发展进程中实现了数字电视和手机电视的革新，但是与其发展进程相匹配的传播内容和电视音视频内容相对较少。这样的情况也进一步刺激了自媒体的发展，用户将自己感兴趣的视频内容或直接将内容视频进行生产和加工之后投放至互联网络之中，实现信息的传播。这样的现状证明了融媒体时代下，实现了各类信息传播内容的整合性运用，内容和传播资源的有效共享，在一定程度上也进一步推动了融媒体时代的发展。

## 3. 融媒体时代电视新闻节目传播的机遇与挑战

### 3.1 发展机遇

近年来，互联网信息技术和计算机技术飞速发展，并进一步催生出大数据信息技术和云计算等新型互联网技术。以信息技术为依托，各类新兴媒体实现了全面的推广和应用，特别是在当前大数据信息技术广泛应用的

背景之下，数据库和移动终端中所存储的信息数据量惊人，同样也给传统电视新闻传播带来了新的发展机遇，为节目资源提供了更加广阔的数据存储空间。[3] 通过互联网信息技术，广大用户即使没有在电视上准时收看到新闻节目，也可以通过各类移动客户端、手机客户端、微信，甚至新闻公众号进行收看，此种类型的电视新闻节目传播形式也进一步彰显了融媒体时代背景下电视新闻节目传播的新路径。

在多元化信息传播时代中，信息能够在最短的时间内在网络中实现传播，甚至会在全球范围内进行传播和信息资源共享。再加上互联网数据库存在较强的交互性特征，传统媒体中的电视媒体无法独立于世界发展潮流之外。在信息浪潮中，电视新闻媒体也要汲取更多网络技术，实现自身发展，紧紧抓住时代所给予的发展机遇，强化技术改造，并在融媒体时代中重新定位电视新闻节目传播的站位和传播途径。

值得注意的是，互联网信息时代所带来的同样也有多种类型信息的冗杂，这也导致了在有些领域中信息传播的界限较为模糊，无法确保信息内容的真实性和准确性。因此在融媒体时代发展背景下，电视新闻节目要充分发挥其权威地位和职能，更加严格的控制新闻节目相关信息内容的收集和整合，并在发布、审核等多个环节进行严格规范，从信息内容的源头入手，减少和消除低俗信息传播的现象，通过电视新闻节目为广大受众提供最权威、真实的信息和内容。因此，在融媒体时代中，电视新闻节目要紧抓机遇，实现与其他类型媒体之间的合作共赢。

### 3.2 发展挑战

#### 3.2.1 经营模式

传统类型的电视新闻节目传播媒体虽然发展时间较长，也形成了较为全面规范的经营模式，但是在融媒体飞速发展的前提和背景之下，此种经营模式早已难以适应融媒体时代发展潮流，甚至显露出一定的落后性。电视传播媒体的经营形式相对单一，在一定程度上缺少创新资源和创新意识，这也导致了当前越来越多的用户减少了对电视新闻节目的收看。[4] 此外，传统广播电视媒体的经营模式中，其运营成本相对较高，在信息传播和内容时效性等方面比不上其他类型的新型媒体。因此，传统电视新闻节目传播媒体需要在经营模式上进行创新发展。

#### 3.2.2 广告发行

因为电视新闻节目主要依托传统电视媒体，而传统电视媒体的发展和收入主要依靠广告，在以往的媒体广告发行模式影响之下，很多广告都是直接投放在电视和广播中，因此当时的广播电视节目广告发行量较多，收入来源比较可观，但是在融媒体时代中，人们所运用的各类媒体更加多元，广告发行媒介逐渐增多，广告发行者将投资视角转向新媒体和各类自媒体，这也造成很多电视新闻节目的广告发行收入降低，对其自身发展产生了一定影响，甚至无法充分发挥出电视新闻节目传播过程中的巨大优势。

#### 3.2.3 新媒体的冲击

新闻节目主要通过将事件的声音、画面、相关视频等进行全面的采集，并按照特定组合进行排序，为观众全方位展现，以帮助观众从整体的视角了解事件发生的起因、经过和结果，并进一步实现新闻电视节目制作的目的和意义。但是近年来随着新媒体的快速发展，电视新闻节目同样也迎来了新的改革与发展时机。在新媒体的巨大冲击之下，电视新闻节目为了进一步实现良好的节目效果，需要将原有节目和信息采集中所涉及的声音、图像和视频内容，运用新型的组合形式展现给观众，强化电视新闻节目的播出效果，在保证电视新闻节目的内在含义的同时为节目增添光色。[5]

另一方面，新媒体、短视频的飞速发展，让人们更加沉浸在快节奏的生活现状之中，他们会根据自身的兴趣和喜好选择想要收看的节目，减少节目筛选的流程和时间，这也使得各类新媒体在广大年轻人之中受到了一致的认可和好评。因此电视新闻节目也可以在新媒体的冲击之下探索新的传播形式，用好新媒体发展媒介。如果传统电视节目无法与新媒体之间实现紧密的融合和适应性发展，则会导致传统电视新闻节目的及时性和便捷性无法得到发挥，人们会逐渐减少对电视新闻节目的依赖感，降低节目影响力和关注度。

## 4. 融媒体时代电视新闻节目的传播路径与策略

### 4.1 推进电视新闻节目的直播发展

近年来，在融媒体的发展背景之下，各类新型媒体和传播形式出现在人们的视野之中，直播成为了人们生活和购物中必不可少的一部分。电视新闻节目与其他类型的节目或商业需求直播不同，电视新闻节目更加强调传播内容的精准性、实效性，再加上当前社会背景之下，越来越快的信息和内容的传播速度让很多人获取信息资讯的方式不仅仅局限于电视新闻节目，反而很多年轻人将视角放置于微博、抖音、今日头条、微信等客户端和新媒体传播平台中，接收碎片化的信息和内容。

在融媒体发展时代，电视新闻节目需要进一步转变原有的传播路径，开创新型新闻节目的传播形式，最大程度上留住观众，增加电视新闻节目的时效性，最快程度上把发生在各地的新闻播放出来，让观众及时得到新闻消息。正因如此，电视新闻节目从信息内容的采集到新闻播放所需要耗费的时间和流程更多，难免会在新闻传播速度上稍显落后。因此实现直播的形式能够通过实时播放，减少新闻传播和制作的时间，同样也能更多的吸引观众的注意力，在融媒体时代可以进一步推进电视新闻节目的直播发展。

### 4.2 转变电视新闻节目的传统播放形式

在融媒体时代，电视新闻节目的传播形式需要实现

创新和改革，特别是在当前新媒体融合背景下，更应该转变以往的传统播放形式，站在新媒体的视角，探索电视新闻节目的发展路径。如果始终沿用电视新闻节目的传统播放形式和内容，则会让节目更加死板单调。有些地方电视台为了提高电视新闻节目的收视率，在节目内容上实现了创新，例如增加百姓实事等相关类型的新闻栏目，强化与百姓之间的互动，或增加现场纪实性新闻和服务专栏，让人民群众能够更加直观的感受电视新闻节目与自己日常生活的密切联系，营造更加普遍的社会反响，进一步树立良好的电视新闻节目形象。

同理，在新媒体时代可以继续针对电视新闻的播放形式和播放内容进行创新，让观众能够在收看电视新闻节目期间表达自我看法，与他人之间实现沟通和交流，最大限度上满足观众的观看需求。例如电视新闻节目可以在微博或微信公众号中设置专门的留言讨论空间，让观众能够在平台中与他人实现沟通、交流和讨论；另外也可以借助手机软件和网络客户端搭建新闻互动的新型格局，增加电视新闻节目的创新色彩，提高节目影响力。与此同时，电视新闻节目也可以根据观众的反馈和留言讨论，对节目内容进行调整、完善，充分了解观众的多样化需求，实现电视新闻节目的完善式发展。

### 4.3 强化电视新闻节目选题策划资源渠道

在融媒体时代，电视新闻节目需要进一步强化节目的选题策划，丰富资源渠道。在电视新闻节目的传播过程中，需要提高新闻内容的传播速度，这也是电视新闻节目的主要发展特点。因此在融媒体时代中需要全面明确电视新闻节目的特点和发展需求、发展趋势。在进行节目选题策划时，相关从业人员可以从人民群众普遍关注的社会热点问题出发，对此类问题给予更加全面的重视和关注。例如，相关地方电视台可以根据新闻节目的定位，进一步建立充满正能量、富有时代色彩的新闻资讯收集团队，专业负责时政、民生、社会热点等多领域新闻资讯内容的收集和整理，并依靠飞速发展的新媒体信息技术和热点资讯内容、社会热点、焦点问题进行深入的挖掘，全面丰富电视新闻节目的选题数据。

在进行资讯收集时，需要始终坚持与时俱进的战略性眼光，结合当下社会中飞速发展的社会形势和短期内的社会热点问题，在各大新媒体中进行广泛的筛选，进一步提炼有价值的信息，为电视新闻节目的内容策划和资源整理提供必要的资讯依据。与此同时，电视新闻节目也可以进一步强化相关信息价值，可以在现有版块的基础上根据新媒体传播内容，设置独立的版块，提高电视新闻节目的社会影响力，同样也能针对当前新媒体中普遍传播的热点问题给予一定的梳理。

### 4.4 从观众群体需求提升电视新闻节目时效性

随着人们物质生活水平的逐渐提升，越来越多的人将精神生活层次的需求提升到关注的焦点，因此电视新闻节目也带来了更多的社会价值，成为了很多人的精神源泉和茶余饭后的精神寄托。但不容忽视的是，近几年随着互联网的飞速发展，人们的关注点逐渐发生了变化，从以往的电视新闻节目中的时政热点转移到社会舆论新闻，这样的变化也给电视新闻节目带来了新的发展需求。

电视新闻节目需要从观众群体的需求角度进一步强化节目的时效性，可以根据观众的需求在节目中适当融入健康、时尚、高科技或其他类型的趣味元素，也可以针对某一问题进行持续性关注，分别从电视新闻节目和网络新闻节目两个角度进行同步报道，充分激发观众对新闻节目的兴趣和浓厚热情，全面提升电视新闻节目的时效性和传播性。[6]

## 结论

现如今，各类新媒体迅速涌现，同样也对传统媒体和电视新闻领域产生了巨大的冲击，在融媒体发展时代，如何实现电视新闻节目传播路径的改革与创新成为众多电视新闻媒体所关注的话题。因此本文从媒介融合概念出发，首先深入分析融媒体的实质和特点；其次，分别分析了融媒体时代电视新闻节目传播的机遇和挑战；最后，有针对性地提出了融媒体时代背景中电视新闻节目传播路径和策略，要推进电视新闻节目的直播发展，转变电视新闻节目的传统播放形式，强化电视新闻节目选题策划，丰富资源渠道，从观众群体需求提升电视新闻节目时效性等。希望通过本文的研究能够进一步丰富融媒体时代电视新闻节目的创新发展路径。媒

## 参考文献

[1] 田连友 . 融媒体时代电视新闻节目传播路径与策略 [J]. 科技传播，2019（24）：41-42.
[2] 欧阳可沁 . 基于融媒体的电视新闻节目传播路径 [J]. 中国新通信，2019（21）：143.
[3] 苏小丽 . 新形势下电视台新闻节目创新发展路径分析 [J]. 西部广播电视，2019（7）：50-51.
[4] 严雪 .5G 时代电视新闻节目融合传播的创新路径 [J]. 卫星电视与宽带多媒体，2020（14）：89-91.
[5] 李耘 . 传统广播电视新闻节目提升传播影响力的路径 [J]. 新闻研究导刊，2020（8）：74-75.
[6] 罗文东 . 功能融合视角下县级融媒体中心建设策略研究 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：72-74.

**作者简介：**孙超（1989-），男，江苏宜兴，记者，研究方向：新闻学。

（责任编辑：张晓婧）